



Sinkende Unternehmensgewinne

Preise können mit Marktschwankungen nicht Schritt halten

Eine globale Umfrage unter Pricing-Experten zeigt, dass 80 % der Unternehmenserträge unter steigenden Kosten und sich verändernden Marktbedingungen leiden, weil die Preise nicht Schritt halten konnten. Die Studie, die von Flintfox zeigt: Unternehmen verlieren erheblich potenzielle Gewinne. Grund dafür sind die fehlenden Möglichkeiten der Unternehmen, ihre Preise schnell anpassen zu können. 87 % der Pricing Manager sind besorgt über ihre Fähigkeit, auf künftige Schwankungen zu reagieren.

In der aktuellen Marktsituation versuchen Unternehmen weiterhin ausgefeiltere Preisstrategien einzuführen, um ihre Gewinne zu optimieren – allerdings mit mäßigem Erfolg. Zwar setzen die meisten Unternehmen jetzt auf eine maßgeschneiderte Preisgestaltung für unterschiedliche Regionen und Vertriebskanäle, um ihre Umsätze und Margen zu maximieren. Die Studie zeigt jedoch: 64 % der Unternehmen finden es schwierig, die Preisgestaltung über mehrere Kanäle hinweg zu steuern und 62 % haben mit der Implementierung regionaler Preisstrategien zu kämpfen.

Neben der Zeitverzögerung zwischen Marktveränderungen und Preisadjustierungen bestätigten die Befragten, dass sich Fehler bei der Preisgestaltung negativ auf die Gewinnspannen auswirken. Trotz der weit verbreiteten digitalen Transformation verlassen sich 40 % der Unternehmen bei der Preisverwaltung immer noch auf Tabellenkalkulationen als Ergänzung zu bestehenden ERP-Systemen, was zu Ungenauigkeiten führt.

Fast zwei Drittel der Unternehmen geben an, dass sie nicht in der Lage sind, Preisänderungen im Voraus zu modellieren. Damit werden wichtige Preisentscheidungen getroffen, ohne aber die möglichen Folgen zu kennen. John Moss, Chief Executive von Flintfox, sagt: „Angesichts der anhaltenden Instabilität aufgrund von Nachfrageschwankungen und der Kostenvolatilität, die infolge von Unterbrechungen in der Lieferkette auftreten, haben die Unternehmen gelernt, ihre Preisstrategien anzupassen. Aber zu viele Unternehmen sind noch nicht in der Lage, ihre Preise reaktionsschnell anzupassen.“ ■

www.flintfox-pricing.de

Kautschukindustrie

wdk fordert Neuaufstellung der Marktüberwachung

Angesichts zunehmender Regulierung fordert die deutsche Kautschukindustrie eine Neuaufstellung der Marktüberwachung in Deutschland und Europa. „Wenn die Einhaltung rechtlicher Vorgaben nicht wirksam kontrolliert und energisch sanktioniert wird, bedeutet das einen Nachteil für rechtstreue einheimische Unternehmen gegenüber außereuropäischen Wettbewerbern“, sagte wdk-Präsident Michael Klein. „Die Marktüberwachung ist in ihrer jetzigen Form nicht mehr zeitgemäß.“ Ein Beispiel seien Trinkwasser-Kontaktmaterialien. Nach der Trinkwasserverordnung dürften nur noch Werkstoffe verwendet werden, die behördlichen Vorgaben entsprechen. Wegen des freien Warenverkehrs in der EU könnten aber weniger streng geprüfte Produkte aus anderen Ländern in Deutschland vertrieben werden, während die Überwachung durch die Bundesländer nur eingeschränkt erfolge.

Da das Grundgesetz einer Übertragung der Marktüberwachungskompetenz von den Ländern auf den Bund entgegensteht, schlug Klein die Schaffung von bundesweiten Kompetenzzentren in einzelnen Bundes-



wdk-Präsident Michael Klein: „Die Marktüberwachung ist in ihrer jetzigen Form nicht mehr zeitgemäß“

ländern für bestimmte Produktgruppen vor und nannte exemplarisch die Marktüberwachung von Reifen durch das Landesamt für Mess- und Eichwesen in Rheinland-Pfalz. ■

info@wdk.de, T +49 69 7936-0, www.wdk.de